

Presseinformation | 21. Februar 2019

Trotz Brexit den Markt erobern

Master-Studenten der Hochschule Aalen entwickeln Markteintrittsstrategie

Dass der Brexit die britische Wirtschaft stark beeinflussen wird, steht fest. Das hat eine Projektgruppe der Hochschule Aalen jedoch nicht abgeschreckt. Die sechs Master-Studenten aus den Fakultäten „Wirtschaftswissenschaften“ und „Maschinenbau und Werkstofftechnik“ entwickelten gemeinsam im Kurs „Führungskompetenz/Strategisches Management“ bei Prof. Dr. Veit Etzold eine Markteintrittsstrategie für die Software eines Aalener IT-Unternehmens für Großbritannien. „Der Brexit spielt für unsere Strategie eigentlich keine Rolle“, ist sich die Gruppe sicher und ergänzt: „Der Markteintritt lohnt sich mit oder ohne Brexit.“

AALEN „Wilhelm der Eroberer kam nach England und brachte Neuerungen ins Land“, rekapituliert Martin Groganz zu Beginn der Präsentation ihrer Strategie. Luis Rauscher ergänzt: „Er brachte die gepanzerte Reiterei mit, baute den Tower of London und führte eine Landvermessung durch.“ Dass dieser Teil englischer Geschichte viel mit den Master-Studiengängen „Industrial Management“ und „Technologiemanagement“ der Hochschule Aalen zu tun hat, stellten die sechs Studenten dar: Sie erarbeiteten eine Markteinführungsstrategie für die Zoll-Software des Aalener Unternehmens BEX Components AG und wählten als Story zum Markteintritt die Parallele zu Wilhelm.

„Für BEX ist es wichtig, in den Markt hineinzuwachsen“, weiß Martin Groganz. Die Vermarktungsstrategie zur Software war schnell im historischen Vorbild gefunden: Wie Wilhelm der Eroberer wolle die BEX nach England gehen. Sie biete eine Software-Lösung an, die quasi als gepanzerter Ritter gegen den Feind, den „bösen“

Exportagenten, vorgehe. „Momentan erledigen Exportagenten die Formalitäten bei der Ausfuhr von englischen Gütern“, erklärt Martin Groganz und ergänzt: „Je höher der Warenwert dieser Güter, desto mehr verdienen die Agenten.“ Hier greife dann künftig die Zoll-Software der BEX, um die es in der Strategie geht. „Die Software wäre weitaus günstiger als die Dienstleistung der Exportagenten“, resümiert Groganz. Und wie Wilhelm der Eroberer würde die BEX als positive Gestalt in England wahrgenommen werden. Dominik Wild, Vorstand der BEX sagt: „Das Studententeam hat uns mit einer professionellen Marktanalyse überrascht. Noch dazu haben sie ihre Ergebnisse in eine gute Geschichte gepackt, die jedem im Kopf hängen bleibt.“ Prof. Dr. Veit Etzold, selbst Bestseller-Autor und Storytelling-Experte, ist zufrieden mit seinen Studenten. „Wir haben vorher etwas Brainstorming gemacht, wie man die Strategie-Story aufsetzen könnte. Den Rest haben die Studierenden hervorragend umgesetzt“, erklärt Prof. Dr. Etzold rückblickend.

Die Suche nach Projektpartner und verlässlichen Daten

Die Zusammenarbeit hatte sich während der Aalener Industrie-Messe „AIM for students“ ergeben. „Wir hatten die BEX angesprochen, ob sie Interesse hätten, unser Projektpartner zu sein. Das Thema hatten wir dann schnell gefunden“, erinnerte sich Michael Grötzbach. „Für unsere Arbeit mussten wir die Anzahl der Unternehmen ermitteln, mit denen die BEX kooperieren könnte und eine Vergleichsrechnung zwischen Software und Exportagenten erstellen“, fasst Dennis Weik zusammen. „Es war besonders schwierig, die Datenlage zu ermitteln“, erinnert sich Jochen Huber. „Verlässliche Zahlen zu finden war schwer. Es gab nicht für alles statistische Erfassungen“, fügt Alexander Graf hinzu. Doch die BEX unterstützte die Studenten. So konnten diese ihre Projektarbeit erfolgreich abschließen.

Bildtext: Der Brexit konnte sie nicht abschrecken: Sechs Aalener Studenten entwickeln anhand einer detaillierten Marktanalyse eine Markteintrittsstrategie für einen deutschen Software-Anbieter.

Bildrechte: © Hochschule Aalen/ Bianca Kühnle
